

smart Studie belegt Faktoren für 'Urbane Lebensfreude in Europa'

smart Studie belegt Faktoren für "Urbane Lebensfreude in Europa" - Städte machen glücklich - Großstädte sind anonym, laut und hektisch. Dieses Image trieb bis Ende des letzten Jahrhunderts viele Städter raus in die Vororte. Seit einigen Jahren geht der Trend wieder zurück. Schon heute leben mehr Menschen in Städten als auf dem Land. Bis 2050 werden voraussichtlich rund 70 Prozent der Weltbevölkerung in Städten leben. Die Folge: eine immer engere Besiedelung. Der private Lebensraum wird kleiner und teurer. Was brauchen Großstädter und was wünschen sie sich, um mit ihrem Leben und ihrer Stadt zufrieden und glücklich zu sein? Wie beeinflussen steigende Lebenshaltungskosten, Infrastruktur und Kulturangebot die Zufriedenheit der Bewohner? Und wohnen in den größten Metropolen auch die glücklichsten Menschen? - Diese Fragen ist die repräsentative smart Studie "Urbane Lebensfreude in Europa" nachgegangen. Sie belegt erstmals wissenschaftlich, welche Kriterien das subjektive Empfinden von Lebensfreude in der Stadt beeinflussen. Auf Basis von tiefenpsychologischen Interviews hat das Kölner Marktforschungsinstitut rheingold sechs Faktoren identifiziert, die in 31 europäischen Städten gleichermaßen Lebensfreude definieren. Das sind: "Das großartige Ganze", "Berausende Lebendigkeit", "Kontrastierende Vielfalt", "Dörfliche Heimat", "Ständiges Neuerfinden" und "Umfassende Infrastruktur". Darüber hinaus hat die Studie belegt, dass es einige unverzichtbare Grundvoraussetzungen gibt, damit sich Lebensfreude überhaupt entwickeln kann. Dazu gehören genügend Raum, Zeit und finanzielle Ressourcen. Werden diese Grundbedingungen nicht erfüllt, entsteht Unzufriedenheit und Ärger. Insgesamt wurden in den 31 Städten 3.269 Bewohner aus allen soziodemographischen Schichten im Alter von 18 bis 65 Jahren befragt. - Spitzenreiter urbaner Lebensfreude ist Porto, gefolgt von Hamburg und Köln - Auf Basis der Studienergebnisse hat smart anhand einer Skala von 0 (gar keine Lebensfreude) bis 100 (größte Lebensfreude) den gesamteuropäischen "Urban Joy Index" entwickelt - ein übergreifendes Zufriedenheitsmaß für die gefühlte Lebensfreude in der Stadt. Derzeit liegt der europäische Mittelwert bei 74. Das heißt: Trotz der Auswirkungen von Wirtschafts- und Finanzkrise sowie infrastruktureller Probleme in einigen Städten bewerten die Befragten ihre jeweilige Stadt im Schnitt sehr positiv. 82 Prozent sind froh, Bewohner ihrer Stadt zu sein, 72 Prozent empfinden es gar als Privileg, dort zu leben. 76 Prozent möchten auch die nächsten fünf bis zehn Jahre am liebsten in ihrer Stadt bleiben. Und 65 Prozent können sich gar nicht vorstellen, woanders zu leben. - Allerdings sind es nicht die lebendigen und vielfältigen Weltmetropolen wie Paris, Rom oder London, in denen die urbane Lebensfreude am größten ist. Die Stadt mit der größten Lebensfreude ist die portugiesische Hafenstadt Porto mit einem "Urban Joy Index" (UJI) von 86. Gleich dahinter folgen Hamburg (UJI = 85), Köln, München und Barcelona (UJI = jeweils 80) sowie Amsterdam, Sevilla und Leeds (UJI = jeweils 79). Paris hat dagegen einen "Urban Joy Index" von 75, Rom und London jeweils von 70. Unter dem Mittelwert liegen beispielsweise Neapel mit einem UJI von 62 und Marseille mit 58. - Siegreicher Gladiator statt "Couch Potato" - Die Erwartungen und Wünsche, die die Europäer an das Stadtleben stellen, sind überall ähnlich. Paradoxerweise kommt Lebensfreude jedoch nicht dann auf, wenn alles glatt läuft, wenn man problemlos durch den Tag kommt und nichts Schlimmes passiert. Es ist somit nicht das komfortable, konsumierende und völlig abgesicherte Leben des sogenannten "Couch Potato", das glücklich und zufrieden macht. Lebensfreude entsteht vielmehr, wenn man den alltäglichen städtischen Herausforderungen erfolgreich die Stirn bieten kann, wenn sich Hindernisse in den Weg stellen, die überwunden werden können, wenn man als städtischer Gladiator siegreich aus der Arena steigen kann. - "Berlin kann dich umbringen oder ganz groß rausbringen.", "London ist ein Biest." und "Hier kann man alles, auch Prinzessin sein." sind drei Beispiele aus den tiefenpsychologischen Interviews. Die Anziehungskraft der Städte liegt daher vor allem in einem Entwicklungsversprechen: "Wenn du meine Aufgaben meisterst, mache ich dich zum Helden." Entsprechend ist jeder der sechs ermittelten psychologischen Faktoren für urbane Lebensfreude eine "Herkulesaufgabe", die eine Stadt ihren Bewohnern stellt - und die es tagtäglich aufs Neue zu meistern gilt. - Die Großstadt - das großartige Ganze - Die Großstadt wird als ein großartiges Ganzes gesehen - ein gigantisches Schaubild menschlicher Möglichkeiten und Errungenschaften. Sie wartet mit geballter Geschichte auf und lässt ihre Bewohner die wichtigen sozialen, politischen oder kulturellen Entwicklungen hautnah erleben. Wer in eine Großstadt zieht, möchte dazu gehören und Teil dieses großen Ganzen werden. So sagen beispielsweise die Römer: "Wo auch immer man sich hindreht, findet man Überbleibsel aus antiken Zeiten. Rom vermittelt das Gefühl, selbst einen Platz in der Geschichte errungen zu haben." In Paris heißt es: "Paris ist die Stadt, in der Trends geboren werden.", "Wenn man sich seine erste Louis Vuitton-Handtasche kaufen kann, ist man in Paris angekommen." Allerdings geht es den Großstädtern nicht nur um materiellen Erfolg. Es kann auch ein großartiger Erfolg sein, ein kleiner "Bestandteil der Londoner Musikszene zu sein" oder in Berlin endlich "Ausstellungen machen zu können". - Gelingt dies, entsteht ein Überlegenheitsgefühl und Stolz, es so weit geschafft zu haben. Diese Teilhabe wird aber immer schwieriger. In einigen Metropolen, wie beispielsweise in Paris und London, wird die Großartigkeit, die die Stadt bislang auszeichnete, teilweise nur noch als erstarrtes Traumbild empfunden, an dem man sich abarbeitet, ohne es zu erreichen: "Die Zugehörigkeit zu dieser großen Stadt [Paris] ist schmeichelhaft und befriedigend? aber die Magie löst sich nach und nach in Luft auf. Am Anfang war ich bezaubert, mittlerweile nimmt die Müdigkeit Oberhand.", "London spuckt dich aus, wenn du nicht stark bist." 79 Prozent der Pariser sagen, dass man in ihrer Stadt Anonymität, Kälte, Egoismus und Einsamkeit begegnet. In London sind es 68 Prozent, in Hamburg dagegen nur 46 Prozent und in Porto 31 Prozent. - Hinzu kommt, dass die Wohnungspreise in den inneren Bezirken der Großstädte sehr hoch sind und "cool ausgehen" ein Vermögen kostet. Dadurch entsteht das Gefühl, nur Zaungast zu sein: "Die Menschen beobachten London nur noch und erleben die Stadt nicht mehr." Europaweit erweisen sich die stark gestiegenen Wohnungs- und Lebenshaltungskosten in den Großstädten als größter Negativfaktor. 59 Prozent aller Befragten beklagten, dass sie sich nur eine kleine Wohnung leisten können, ihr Grundbedürfnis nach Platz dadurch erheblich leidet. In Paris sind es sogar 85 Prozent, in London 79 Prozent und in Rom 78 Prozent. - Berausende Lebendigkeit - Die Stadt schläft nie. Ständige Stimuli und Angebote fordern dazu auf, aktiv zu werden, am Leben teilzunehmen, den Möglichkeiten der Stadt nachzugehen und sich davon inspirieren zu lassen. Zufällige Begegnungen und Geschehnisse machen das Leben lebendig und spannend. Die Stadt verwickelt in einen ständigen Sog berausender Lebendigkeit nach dem Motto "Everything can happen". 79 Prozent der Befragten schätzen an ihrer Stadt, dass sie viele Angebote und Möglichkeiten bietet, aktiv zu werden: "Stadtleben in Madrid ist wie eine weiße Leinwand, bereit bemalt zu werden. Jeder Tag ist anders, überraschend, alles kann passieren.", "London ist wie eine große Party mit allen, die du jemals kennengelernt hast.", "Berlin - das ist Großstadtfair! Man kann immer alles machen." 72 Prozent wünschen sich allerdings mehr Zeit, um alles genießen zu können. - Die Herausforderung sehen die Städter darin, diesen täglichen Rausch mit zu leben, ohne sich zu sehr ablenken zu lassen und den eigenen Weg aus den Augen zu verlieren. Diese Gefahr sehen allerdings nur 32 Prozent der europäischen Großstädter. Und 38 Prozent finden das Leben in ihrer Stadt viel zu anstrengend, stressig oder umständlich. - Kontrastierende Vielfalt - Ein ebenso wichtiger Faktor für urbane Lebensfreude ist die kontrastierende Vielfalt, die moderne Metropolen bieten. Extreme Kontraste stehen in einer spannenden Vielfalt dicht beieinander: Prunk und Verfall, Reichtum und Armut, unterschiedliche Kulturen und Nationalitäten, verschiedene Lebensstile und Charaktere, Bauwerke aus den unterschiedlichsten Epochen. Die Befragten beschreiben eine Erlebnisintensivierung durch die bunte Vielfalt an Menschen und Kontrasten: "Je unterschiedlicher die Menschen, desto mehr lernt man.", "Ich liebe das Internationale an London: die Nationalitäten, die Musikszene, die Festivals, die Vielfalt der Küche. Wenn du glaubst, du hast alles gesehen, kommt etwas Neues um die Ecke." - 79 Prozent der europäischen Großstädter finden es spannend, dass es in ihrer Stadt extrem unterschiedliche Lebensstile, Typen und Charaktere gibt. Ebenso viele denken, dass jeder seine individuelle Persönlichkeit und seine Vorlieben in der Großstadt leben kann - und dafür nicht verurteilt wird. So sagen zum Beispiel 88 Prozent in Porto, 87 Prozent in Amsterdam, 82 Prozent in Berlin und 81 Prozent in Bordeaux, dass ihre Stadt ihnen das Gefühl von Freiheit gibt, selbst entscheiden zu können, wie sie leben wollen. Für viele Großstädter war dies der Beweggrund, von der Kleinstadt oder vom Land in die Metropole zu ziehen: "In Stuttgart habe ich mich immer unwohl gefühlt. In Berlin habe ich Leute wie mich getroffen und wurde endlich akzeptiert." - Im europäischen Städtevergleich wird insbesondere in Porto, Barcelona, Hamburg und Manchester/Liverpool ein fast optimales Maß an kontrastierender Vielfalt erlebt (Mittelwert 78-81). In Brüssel und Marseille werden die Kontraste dagegen als zu hart empfunden (Mittelwert 59-61). Während beispielsweise 87 Prozent der Bewohner in Hamburg, 80 Prozent in Porto und 72 Prozent in Amsterdam finden, dass sich unterschiedliche Menschen in ihrer Stadt mit Respekt und Toleranz begegnen, sind es in Marseille nur 53 Prozent und in Brüssel sogar nur 49 Prozent. - Dörfliche Heimat - Trotz Abenteuer und Trubel wünschen sich die Großstädter auch dörfliche Qualitäten. Stadtviertel und Kieze sind wie "Schubladen der Zugehörigkeit" und bieten einen Rückzugsort sowie vertraute Anbindung. Gerade für Neuankömmlinge

ist die Herausforderung sehr groß, sich in der Stadt einen persönlichen Wohlfühlrahmen zu schaffen. Gelingt es, seine dörfliche Heimat zu etablieren, geht damit eine beträchtliche Steigerung des Wohlbefindens einher. Der kleine und überschaubare Rahmen einer dörflichen Heimat macht das Leben sicher, gemütlich und sorgt dafür, dass man auch in einer Megametropole nicht vereinsamt. 76 Prozent aller Befragten finden das Leben in ihrem Stadtviertel überschaubar, unkompliziert und gemütlich. 81 Prozent finden dort sogar alles, was sie zum Leben brauchen. Vertraute Bezugspersonen sind in erster Linie Familie und Freunde. Einen konkreten Austausch und Hilfe unter Nachbarn gibt es eher selten. Nur 51 Prozent der Befragten helfen sich zumindest gelegentlich in der Nachbarschaft.

Europäische Spitzenreiter der dörflichen Heimat sind Köln und Düsseldorf, Porto sowie Málaga und Sevilla mit Mittelwerten zwischen 73 und 75. Defizite gibt es in Marseille, London und Rom mit Werten zwischen 58 und 60. So fühlen sich 89 Prozent der Bewohner in Porto, 81 Prozent in Köln und Barcelona sowie 80 Prozent in Málaga und Amsterdam in ihrer Stadt zu Hause, weil dort nahestehende Personen leben. In London sind es nur 58 Prozent, in Rom 56 Prozent und in Marseille 54 Prozent.

Ständiges Neuerfinden
Nichts bleibt, wie es ist: Metropolen müssen sich ebenso wie ihre Bewohner ständig neu erfinden, um sich weiterzuentwickeln und damit selbst am Leben zu halten. Stadtviertel wachsen und verändern ihren Charakter, Menschen ändern ihre Ansichten und ziehen um, Altes muss vergehen, um Neuem Platz zu machen. Häuser werden abgerissen, um neue bauen zu können, alte Lokale schließen und neue eröffnen. Für den flexiblen und kreativen Städter ist die Stadt eine ständige Bereicherung und Inspirationsquelle. Wandel bringt neue Energien und Frohsinn. Frische Ideen lassen sich schnell in die Tat umsetzen. Städte, die sich schnell verändern und dem Zeitgeist folgen, sind Referenzpunkte für globale Trends, Innovation und Fortschritt.

76 Prozent der europäischen Großstädter lieben die kreative und dynamische Atmosphäre in ihrer Stadt und 71 Prozent finden es faszinierend, dass sich ihre Stadt ständig verändert. Vorreiter der urbanen Lebensfreude durch ständige Neuerfindung sind Barcelona, Hamburg und Porto. 95 Prozent der Einwohner von Barcelona, 93 Prozent der Hamburger und 91 Prozent der Bewohner von Porto können in ihrer Stadt immer wieder etwas Neues entdecken. Dadurch können sie sich auch selbst laufend neu entdecken und erfinden, sagen jeweils 81 Prozent in Porto und Barcelona sowie 75 Prozent in Hamburg.

In bestimmten Städten geht diese Lebensfreude allerdings langsam verloren. Sie weicht dem Gefühl, dass nichts mehr voran geht und ihrer Stadt der Innovationswille fehlt. So klagen 60 Prozent der Bewohner in Brüssel, 58 Prozent in Neapel, 51 Prozent in Marseille und 50 Prozent in Rom über deutlich zu viel Stillstand. Europaweit empfinden dies nur 31 Prozent.

Umfassende Infrastruktur
Die Zufriedenheit mit der Infrastruktur ist im Vergleich zu allen anderen Kriterien für urbane Lebensfreude europaweit gering ausgeprägt. Sie liegt bei mittelmäßigen 54 Punkten auf der Skala von 0 bis 100. Unzufrieden sind die Städter vor allem mit dem Parkplatzangebot. 74 Prozent halten das innerstädtische Angebot für mittelmäßig bis schlecht. Auch das Straßennetz wird von 36 Prozent der Befragten als mittelmäßig bis schlecht beurteilt. Zufriedener sind Europas Großstädter dagegen mit dem Kulturangebot. Für 61 Prozent wird es ebenso wie die Universitäten und Ausbildungsstätten als sehr gut bis ausgezeichnet bewertet.

Interessanterweise schneiden die Städte in Großbritannien im Vergleich zu allen anderen europäischen Metropolen bei der Infrastruktur am besten ab (Mittelwerte von 60 bis 67 Punkten). Abgesehen von Parkplatzangebot und Straßennetz sind die Bewohner von London, Leeds, Manchester, Glasgow, Liverpool und Sheffield mit der Mobilität und dem Angebot von Grünflächen, Naherholungsgebieten, Ausbildungsstätten, Kultur, Nachtleben und Vereinen sehr zufrieden. Mit diesen Städten können europaweit nur noch München und Zürich mithalten (Mittelwerte von 60 bis 63). Zu den Problemstädten mit schlecht beurteilter Infrastruktur gehören Neapel, Rom und Marseille (Mittelwerte von 38 bis 41), gefolgt von Valencia, Málaga/Sevilla und Lissabon (Mittelwerte von 46 bis 49).

"smart steht dafür, Mobilität und Lebensfreude in der Stadt aktiv und innovativ mitzugestalten", so smart ChefIn Dr. Annette Winkler. "Mit der Studie können wir nun zum ersten Mal in ganz Europa den Begriff 'urbane Lebensfreude' und was sich für die Menschen in ihrer Stadt dahinter verbirgt, auf Basis einer konkreten Befragung beschreiben. Das ist für die Marke smart und ihre Produkte äußerst wichtig, damit wir die Erwartungen der Bewohner noch besser verstehen und bei der ständigen Weiterentwicklung unserer Produkte und Services berücksichtigen."

Zur Methodik der Studie
In zwei Schritten haben die Marktforscher vom rheingold Institut die Studie im Zeitraum von November 2013 bis März 2014 realisiert. Zuerst wurde eine qualitative Grundlagenuntersuchung in fünf europäischen Metropolen (Berlin, Paris, Rom, London und Madrid) in Form von Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews und ethnographischen Stadtbegehungen durchgeführt. Die Ergebnisse lieferten das grundlegende Verständnis für das Großstadtleben und identifizierten die sechs Faktoren für urbane Lebensfreude. Aus diesen Faktoren wurde ein Fragebogen für die zweite Stufe der Studie entwickelt: eine quantitative Online-Befragung in 31 europäischen Städten mit je mindestens 100 Befragten. Aus den Ergebnissen der zweiten Stufe wurden die Urban Joy Indizes ermittelt. Die untersuchten Städte sind: Berlin, Düsseldorf/Köln, Hamburg, Frankfurt am Main, München, Mailand, Neapel, Rom, Turin, Bordeaux/Toulouse, Lyon, Paris, Marseille, Barcelona, Madrid, Málaga/Sevilla, Valencia, Glasgow, Leeds/Sheffield, Manchester/Liverpool, London, Salzburg/Innsbruck, Wien, Bern/Basel, Zürich, Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Brüssel, Lissabon, Porto.

Das Marktforschungs-Institut rheingold gehört zu einer der weltweit renommiertesten Adressen der qualitativ-psychologischen Wirkungs-forschung. Auf Basis der morphologischen Psychologie analysieren die Marktforscher die unbewussten seelischen Einflussfaktoren und Sinnzusammenhänge, die das Handeln eines jeden Menschen mitbestimmen.

Weitere Details und Ergebnisse der Studie sind im Internet unter www.smart.com/smartsurvey zu finden. Weitere Informationen von smart sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.smart.com

Ansprechpartner: Charlotte Siegel
Telefon: +49 711 17 77369
E-Mail: charlotte.siegel@daimler.com
Willem Spelten
Telefon: +49 711 17 75847
E-Mail: Willem.Spelten@daimler.com

www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=571665

Pressekontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

charlotte.siegel@daimler.com

Firmenkontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

charlotte.siegel@daimler.com

Herausgeber einer fahrzeugbezogenen Tank- und Servicekarte für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge und Transporter